

EXCLU, ANCHE IN ITALIA IL PERSONAL CONCIERGE

Scena uno. Un imprenditore in viaggio con la famiglia arriva dall'Italia in un grande aeroporto europeo troppo in ritardo per il volo che avrebbe dovuto portarlo negli Stati Uniti. La compagnia non gli offre di meglio che una partenza con il volo del giorno dopo. L'imprenditore non ci sta, chiama Exclu - di cui è cliente - e chiede assistenza. Riuscirà a partire poco dopo, e per di più risparmiando qualche migliaio di euro.

Scena due. Altro volo in ritardo, questa volta dall'Italia a Ibiza. All'arrivo non ci sono più traghetti per Formentera, ma il signor X non intende dormire a Ibiza. Chiama Exclu. In un tempo record è pronto un gommone-taxi che fa la traversata nottetempo. Sono soltanto due esempi, e limitati, del business che una nuova società che si chiama appunto Exclu ha cominciato a sviluppare in Italia: il personal concierge. E', su scala planetaria, quello che in un albergo di lusso il concierge - appunto - fa per i suoi clienti: risolvere i problemi, organizzare il tempo, trovare l'introvabile che serve in quel momento. Realizzata con uno staff di

Viaggi, casa, tempo libero: servizi personalizzati forniti tramite abbonamento a clienti della fascia più alta: ricchi, impegnati e per questo in cerca di qualcuno che gli risolva i problemi

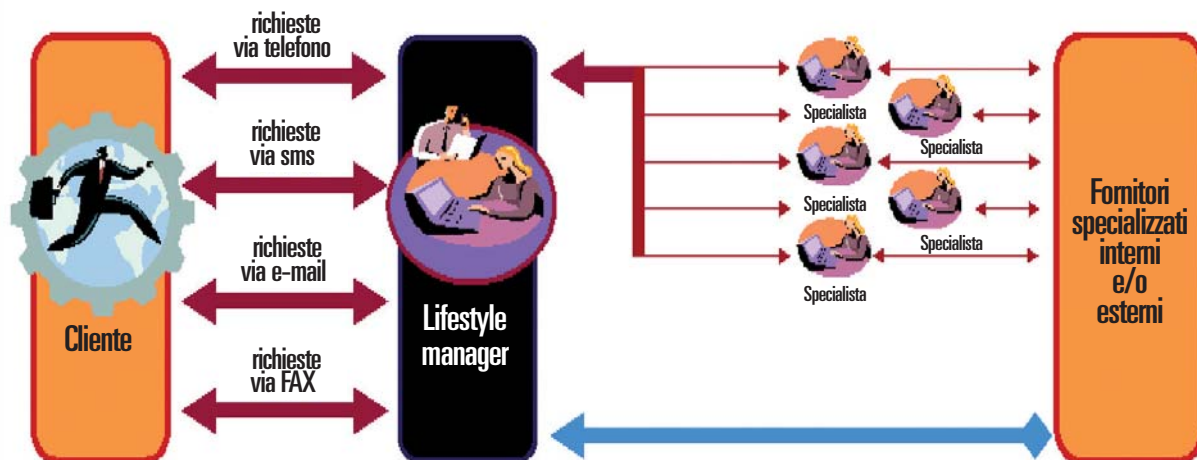
professionisti di altissimo livello, tutti esperti nei loro settori e abituati a lavorare con un certo tipo di persone e di clientela, l'attività di Exclu si propone di rispondere alle esigenze di quella categoria di individui, i cosiddetti HNWI, High Net Worth Individuals, che si caratterizzano per le grandi disponibilità economiche, la vita intensa e movimentata e la scarsa disponibilità di tempo. E' la stessa categoria di persone che costituisce la clientela del private banking. Al punto che nel mondo, ed in particola-

re nei Paesi anglosassoni, il servizio di personal concierge è fornito al cliente direttamente dalla banca. Se ha un problema di viaggio, di tempo libero, di sport & benessere, di shopping, di personale domestico, il cliente chiama la sua banca, quella che già gli fornisce un servizio individuale e tagliato su misura per il suo patrimonio. Dietro c'è una società come Exclu, che ora si propone di introdurre anche in Italia il servizio di personal concierge nel private banking. Tanto che fa già parte, con reciproca soddisfazione, dell'Aipb, l'associazione che riunisce tutto il mondo del private banking.

AZIONISTI & MANAGER

E dietro Exclu c'è un azionariato stabile che comprende professionisti come Lorenzo Clerici (architetto), Sebastiano Missineo (docente e consulente), Pier Virgilio Orlando (avvocato d'impresa e imprenditore), Sebastiano Peluso (consulente), Matteo Perale (manager della finanza e del lusso), Roberto Tribuno (fondatore dello studio Bridge Kennedy International). Ed è

Cliente chiama, specialista risponde





CARLO RIVETTI
EXCLU
CHAIRMAN

Aldo Sansone
EXCLU
CEO

“ Nel mondo, e in particolare nei Paesi anglosassoni, il servizio di personal concierge è fornito direttamente dalla banca ”

azionista anche il presidente, Carlo Rivetti, già azionista del GFT-Gruppo Finanziario Tessile ed attuale proprietario dei marchi C.P. Company e Stone Island. Azionista è anche il Ceo, e fondatore di Exclu, Aldo Sansone, un manager esperto nella gestione e nello sviluppo di servizi a valore aggiunto con precedenti in Ferrari, Apple, Telecom Italia e WPP. Il vertice operativo di Exclu si completa con il Chief Operations e Finance Office, Alfredo Romano, commercialista che gli High Net Worth Individuals li conosce bene avendo guidato dal 2003 al 2007, come direttore generale, la casa d'aste Christies Italia. Exclu ha richiesto oltre due milioni e mezzo di investimenti, racconta il Ceo Aldo Sansone, e almeno 18 mesi di lavoro preparatorio. E' appena stato portato a termine, in poche settimane, un aumento che ha portato il capitale, inizialmente di 625 milioni, a un miliardo e 825 milioni di euro.

MODELLO INGLESE

Il know-how è stato acquisito da Ten, società londinese di personal concierge che fattura 20 milioni di sterline gestendo con 120 persone circa 150 mila richieste ogni anno. Il mercato italiano è stato studiato con una ricerca di GFK Eurisko, uno delle più ampie mai realizzate in Italia su questo pubblico. La piattaforma tecnologica, che ha richiesto quasi il 40% dell'investimento iniziale, consente la raccolta e l'aggiornamento costante delle informazioni sui clienti.

La squadra di Exclu, al momento di circa 20 professionisti, è frutto di una selezione accuratissima, condotta in prima persona dal Ceo Aldo Sansone per le posizioni più importanti (400 candidati esaminati per otto posizioni di lifestyle manager): tutti sono laureati, hanno esperienza in almeno due delle categorie di servizi offerti e di almeno cinque anni nel segmento HNWI all'estero o in multinazionali.

Ma come funziona il servizio per il cliente? E quanto costa? L'offerta si articola su tre tipi di card che a diversi livelli di abbonamento annuale (1.200 euro, 4.000 euro, oltre 20.000 euro per il servizio su misura) danno diritto a proporzionali livelli di prestazioni. ■